互联网新媒体时代品牌传播转型探析

摘　要：随着互联网科学技术的快速发展，其大力地推动了新媒体时代的到来。在当今的社会中，互联网新媒体时代对人们的生活产生了巨大的影响，同时，由于互联网新媒体时代自身所具备的特征，使得网络上对各种新闻以及事件的传播方式，也有了很大的改变。现如今，社会上各大企业运用互联网新媒体，对企业的品牌进行传播，已经成为互联网时代发展的必然趋势，同时也给品牌带来了很大的传播效应，促进了品牌营销的管理，提升力企业自身的经济发展。本文对互联网新媒体时代中，品牌传播的现状和存在的问题进行分析，认识了传统媒体在品牌传播方面的局限性，以及品牌传播在互联网新媒体时代下面临的机遇，从而对互联网新媒体时代品牌转型的策略进行了研究。

关键词：“互联网 +”；新媒体时代；品牌传播；转型
中图分类号：G206　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）10-117-02　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.10.048

文 / 常芝歌

引言

现阶段，在互联网新媒体时代的快速发展下，市场上的各大品牌想要提高自身的竞争力和影响力，必须要借助互联网新媒体进行更好的传播，同时，也要根据时代的发展需求，实现品牌的转型，从而在社会市场上占领立足之地。一般来说，品牌在新媒体时代中的传播，主要是借助一些效应良好的新媒体平台，进行不同的广告形式宣传。随着互联网科学技术的发展，新媒体时代的品牌传播，虽然耗费一定的成本，但却具备着非常良好的传播效果。本文对互联网新媒体时代中，品牌传播的现状和存在的问题进行分析，从而研究了传统媒体在品牌传播方面的局限性，以及品牌传播转型在互联网新媒体时代下面临的机遇，提出了互联网新媒体时代，进行品牌传播转型的更好策略。

1. 新媒体时代品牌传播的现状和存在的问题分析

1.1 新媒体时代品牌传播的现状分析

现如今，很多企业进行品牌的传播，主要依靠的就是互联网新媒体的相关平台，在新媒体技术的应用下，品牌传播的内容和传统媒体的传播内容，有了很大的改变，传播方式也发生了非常大的变化。在这种情况下，企业利用新媒体中的网站，以及微信，一些知名的 APP 和游戏电视剧等等，进行不同方式的宣传。并且，在互联网的传播方式下，人们可以转发传播的内容，扩散传播的渠道，提升品牌传播的影响力。在互联网平台中，每个人都有言论自由，网络的交互性和虚拟性，会给人们带来非常复杂的各种信息。

1.2 新媒体时代品牌传播中存在的问题

由于很多品牌在新媒体时代进行传播的速度非常快，而且传播不受限制。尽管提高了信息传播的效率，在短时间内获得了一定的知名度，但是，很多品牌在传播中所编辑的内容，却并不具备严谨性。一旦有些内容比较敏感，就会给人们带来负面的传播效应。在新媒体时代中，品牌传播的理念也发生了很大的改变，想要促进新媒体时代的品牌更好地进行转型，并获得较好的传播效应，必须要不断地改进和完善品牌传播转型的相关策略[1]。

2. 传统媒体在品牌传播方面的局限性

随着二十一世纪的快速发展，人们对传统的品牌传播的需求标准逐渐上升，不仅仅在质量上有着严格的要求，还必须要使其具备一定的诚信度，而且，想要发挥一定的传播效果，企业品牌一定要有准确的定位，找准恰当的时机进行传播，才能获得良好的效果。除此之外，产品设计的特色，和广告自身的创意性等等，综合而来给人们带来的感官体验，对品牌传播起着至关重要的影响。在人们的生活当中，传统媒体的品牌传播有着一定的局限性，往往需要借助电视广告模式，以及一些报刊等这些比较封闭性的传播渠道。在互联网新媒体的发展下，品牌传播的形式日异月新，借助网络广告，以及网络的传播效率，大力地推动了品牌的传播效应，同时也促进了品牌在新媒体下的转型。

在互联网新媒体时代中，传统媒体在品牌传播方面，有着很大的局限性。像人们常观看的电视栏目中的媒体，以及一些广播电台等等，对于品牌的广告投放，需要承担巨大的宣传费用，给企业带来了很大的成本支出。而且人们在新时代中对各种品牌传播的方式，有了更高的要求和标准，这使得企业在进行品牌宣传的时候，需要面对着巨大的压力，即便是付出更大的成本，也不一定能够获得群众们的满意。对于品牌的传播，还必须要找对传统的媒体平台，否则会适得其反，反而会使资金白

白浪费[2]。在这种情况下，品牌传播势必要伴随着互联网新媒体时代的发展发生一定的转型。互联网新媒体环境下，企业进行品牌宣传所需要的成本也比较少，从而给品牌传播带来了良好的发展空间。

3.“互联网 +”新媒体时代，品牌传播转型所具有的特点分析

在互联网新媒体时代的发展中，企业进行品牌的传播，主要是借助各大新媒体平台，结合自身品牌的特点，根据对平台使用人群，以及人们的偏好等等来进行研究，从而采取最为有效的方式，给人们带来良好的视觉体验，便于达到最好的品牌宣传效果。而且在“互联网 +”时代中，各种信息的扩散力度非常大，一旦获得人们的喜爱，品牌的传播速度非常之快，会给企业的品牌带来非常大的影响力和宣传度。因此，企业必须要打造专业化影响力较大的品牌形式，找准定位，结合消费者的心理需求，提高品牌自身的质量和实力。互联网新媒体时代中，各大品牌的竞争力十分巨大，一不小心就会给品牌造成负面的影响。在进行传播的同时，还必须要注重网络上对品牌的各种负面信息的消除，必须要维护好品牌的声誉，这对品牌的影响力至关重要[3]。

4. 品牌传播转型在互联网新媒体时代下面临的机遇

新时代的到来，势必会给丰富的品牌带来一定的挑战和机遇，也会有更多新的品牌随着时代的更新而诞生。品牌传播在新媒体时代下，逐渐与互联网之间进行有效的融合，这一现象，给品牌的传播转型带来了很大的影响。

4. 1 新媒体经济与互联网之间的有效融合

伴随着“互联网 +”功能的不断上升，我国市场上的各个行业都结合时代的发展，把自身的品牌借助互联网进行各种丰富的信息宣传。在新媒体经济与互联网之间进行融合的基础上，各大品牌的传播效应和自身的影响力，都得到了非常好的扩散。诸如人们现如今最常用的支付宝中余额宝，和淘宝、京东等，以及途牛旅游等这些消费型的 APP，这些都是人们在日常生活中最常用的平台，不但给人们带来了很大的便利，也促进了社会市场经济的发展。这些品牌自身结合互联网新媒体技术，更好地进行了自身的宣传，也实现了品牌在新媒体时代中的转型。除此之外，还有很多新型的网络平台出现，为了适应社会的发展，市场上的众多品牌，随着互联网的快速发展，都与新媒体经济进行了融合，提高品牌的传播效应，从而促进经济效益的发展。

在新媒体时代的背景下，移动互联网中的各大平台，都结合新媒体经济进行品牌的传播，促进品牌的转型[4]。诸如我们在市场上所看到的，很多企业会根据自身的特点和定位，来建立与实体店相匹配的微信公众号平台，以及微博账号，今日头条等等，以此来扩散品牌的知名度。这种新媒体与“互联网 +”相结合的品牌传播方式，结合现代化的电子支付结算手段，大力地促进了各大品牌在互联网新媒体时代下实现快速转型，并且获得了非常良好的效果。不但丰富了交易类型，给人们带来了很多便利，同时也促进了品牌销量的提升，扩展了品牌的传播力度，非常有效地适应了社会时代的快速发展。

4. 2 新媒体自身的传播优势

在传统媒体的传播方式中，一般来说，企业可以通过各大传统的媒体平台进行商品的宣传，尽管可以有效地提高品牌的知名度，但却无法进行精确的广告投放，使得品牌的传播并不具备针对性，也就无法获得良好的传播效果。而且传统媒体中的品牌传播还需要支付大量的广告费用，巨大的成本支出会给企业带来一定的经济负担，同时，也不一定得到同样的传播效应。但是在新媒体时代给品牌传播带来了极大的便利，通过对计算机的精确算法，可以促进品牌传播向很多实际有需求可能的用户进行广告投放，具有一定的精确性。而且在“互联网 +”的背景下，新媒体平台的诞生，给品牌传播提供了非常丰富的场所和渠道。同时，也有效地降低了品牌传播的广告成本和支出，提高了品牌的传播效率，使品牌能够有更好的知名度。但是，由于互联网新媒体时代品牌之间的竞争力非常强烈，想要获得较好的传播效果，还必须要结合时代的发展进行深入的研究。

5. 互联网新媒体时代品牌传播转型的策略

5. 1 不断更新新媒体运营理念

伴随着互联网科学技术的迅猛发展，新媒体的传播速度和方式也在不断地发生着巨大的改变。在这个快速发展的社会上，企业想要促进品牌的传播力度，必须要不断地在社会时代的变化中，更新新媒体运营的理念，使得品牌能够在新媒体环境下得到良好的传播效果，为此实现经济效益的增长。企业必须要根据时代的发展需求，以及消费者们的消费观念，对互联网中的新媒体平台运营方式进行研究和分析，结合互联网新媒体时代的运营思维，不断地改进和完善品牌传播转型的策略，使其能够更好地在新时代中立足。

5. 2 扩展新媒体运营的渠道

在互联网环境的发展下，企业必须要结合新媒体的变化趋势，结合各种更丰富的资源和数据分析，要不断地创新品牌内容和传播方式。同时，要结合当下时代中发展效果较高的新媒体平台，扩展新媒体运营的渠道，使得品牌传播能够在互联网环境中有更加丰富完整的效果[5]。企业可以同时借助新浪微博，微信公众号以及很多新媒体平台，来创建丰富的品牌内容。借助现代化的媒体营销策略，借助各种丰富的热点话题，把品牌与话题进行有效的结合，实现品牌在网络上的扩散力度。并且，还必须要加强对品牌质量和产品的更新，为消费者们提供一整套完整和规范化的服务体系。

5. 3 加强新媒体和传统媒体之间的有效结合

尽管当下互联网新媒体时代非常盛行，且深受广大

（下转第123页）